

การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

UTILIZATION OF QR CODE PAYMENT SERVICES
AMONG RESIDENTS IN BANGKOK AND THE METROPOLITAN AREA

รุ่งฟ้า วรารักษ์
สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

RUNGFA WARARAK

E-mail: 6614155022@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Finance, Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding Author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเนื่องกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เหตุผลในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดครั้งแรก แอปพลิเคชันธนาคารที่ใช้บ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้บริการ และประเภทของการชำระเงินที่ใช้บ่อยที่สุดกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 430 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันทำให้การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดมีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด; พฤติกรรมผู้บริโภค

ABSTRACT

This research has the purpose of research 1) To study the utilization of QR code payment services among residents in Bangkok and the metropolitan area. 2) To study and compare personal factors, such as gender, age, marital status, education level, occupation, and monthly income, with the utilization of QR code payment services among residents in Bangkok and the metropolitan area. 3) To study and compare QR code payment usage behaviors in various aspects, including the reasons for initially downloading a QR code application, the most frequently used banking application, the frequency of using the service, and the most common types of payments, with the utilization of QR code payment services among residents in Bangkok and the metropolitan area. The sample for this study consisted of 430 residents living in Bangkok and the metropolitan area. Data were collected using a questionnaire. The data were analyzed using statistical software. Descriptive statistics, including frequency, percentage, and standard deviation, were employed. For hypothesis testing, t-test, one-way analysis of variance (One-way ANOVA), and multiple regression analysis were used.

The results of hypothesis testing revealed that 1) Personal factors, such as gender, age, marital status, educational level, occupation, and monthly income, significantly influenced the utilization of QR code payment services among residents in Bangkok and the metropolitan area at the 0.05 level of statistical significance. 2) QR code payment usage behaviors had a statistically significant effect on the utilization of QR code payment services

among residents in Bangkok and the metropolitan area at the 0.05 level of statistical significance.

Keywords: QR Code Payment; Consumer Behavior

บทนำ

คิวอาร์โค้ด (QR Code) ถูกพัฒนาโดยบริษัท Denso-Wave ประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2537 จากบาร์โค้ดแบบหนึ่งมิติให้เป็นสัญลักษณ์สองมิติที่สามารถจัดเก็บข้อมูลได้มากกว่าเดิมถึง 350 เท่า จนกลายเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมในหลากหลายธุรกิจ ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) ที่ช่วยให้การชำระเงินมีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น หนึ่งในวิธีการที่ได้รับความนิยมคือการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code Payment) ซึ่งเป็นระบบการชำระเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) ที่ดำเนินการได้ผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารหรือกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดมาตรฐาน Thai QR Code เพื่อส่งเสริมการใช้งานในวงกว้าง รองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ “สังคมไร้เงินสด” (Cashless Society) โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ผู้บริโภคหันมาใช้บริการทางการเงินดิจิทัลมากขึ้น พื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของประเทศ มีประชากรหนาแน่นและมีความหลากหลายทางอาชีพและรายได้ จึงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด อย่างไรก็ตาม ยังพบว่าประชาชนบางกลุ่มประสบข้อจำกัดในการเข้าถึงบริการดังกล่าว

ดังนั้น การศึกษาการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจึงมีความสำคัญ เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม และความคิดเห็นที่มีผลต่อการใช้บริการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายและแนวทางในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีทางการเงินอย่างทั่วถึงและยั่งยืน อันนำไปสู่การขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมไร้เงินสดอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ได้แก่ เหตุผลในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดเป็นครั้งแรก การใช้แอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดธนาคารใดที่มากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด และการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดไปกับเรื่องใดมากที่สุดกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันทำให้การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 พฤติกรรมการใช้การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดมีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของประชากร กลุ่มตัวอย่างของประชากรทั่วไปที่อยู่อาศัย ทำงาน หรือ กำลังศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเคยใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 400 ตัวอย่าง แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น จำนวน 430 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และพฤติกรรมการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด
2. ตัวแปรตาม คือ การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ได้แก่ 1) ด้านการรับรู้ประโยชน์ 2) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน 3) ด้านการรับรู้ความเสี่ยง 4) ด้านทัศนคติ 5) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม 6) ด้านการรับรู้ถึงการควบคุม 7) ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัย และ 8) ด้านความไว้วางใจในระบบ

ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินการศึกษาวิจัย เริ่มตั้งแต่ 14 กันยายน พ.ศ. 2568 ถึง 31 ตุลาคม พ.ศ. 2568

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือนกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ได้แก่ เหตุผลในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดเป็นครั้งแรก ธนาकारที่ท่านใช้แอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดมากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด และท่านชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดไปกับเรื่องใดมากที่สุดกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. สามารถนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้ ใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้นักวิจัยหรือผู้สนใจสามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาพัฒนาโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคในระบบการเงินดิจิทัล

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย รวมทั้งช่วยอธิบายและวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชน โดยสามารถแบ่งสาระสำคัญ ตัวแปรประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ เพศ (Gender) อายุ (Age) สถานภาพสมรส (marital status / family status) ระดับการศึกษา (Educational Level) อาชีพ (Occupation) และรายได้ (Income)

ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย รวมทั้งช่วยอธิบายและวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชน โดยสามารถแบ่งสาระสำคัญ ตัวแปรประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ เพศ (Gender) อายุ (Age) สถานภาพสมรส (marital status / family status) ระดับการศึกษา (Educational Level) อาชีพ (Occupation) และรายได้ (Income)

แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมกรรมการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด

พฤติกรรมกรรมการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ไม่ได้เป็นทฤษฎีเฉพาะเจาะจง แต่เป็นการนำทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมนี้ งานวิจัยส่วนใหญ่ในไทยมักอ้างอิงกรอบแนวคิดหลัก เช่น ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และทฤษฎีพฤติกรรมที่มีแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

งานวิจัยของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (CMMU) ในปี 2564 ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ส่วนใหญ่ถูกใช้เพื่อซื้อ อาหารและเครื่องดื่ม ตามมาด้วย สินค้าอุปโภคบริโภค และ สินค้าแฟชั่น โดยมีปัจจัยหลักคือ ความสะดวก และ มูลค่าการซื้อขายที่ไม่สูงมาก ทำให้คิวอาร์โค้ด เป็นตัวเลือกที่เหมาะสมที่สุดในการทำธุรกรรมประเภทนี้

แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

พัฒนาโดย Davis (1989) เพื่ออธิบายพฤติกรรมของบุคคลในการยอมรับและใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยมีพื้นฐานจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Fishbein และ Ajzen (1975) ซึ่งระบุว่าพฤติกรรมเกิดจากความตั้งใจในการกระทำ (Behavioral Intention) โมเดล TAM ประกอบด้วย ปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) หมายถึง ความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) หมายถึง ความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีไม่ยุ่งยากและสะดวกต่อการใช้งาน ปัจจัยทั้งสองมีผลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้ ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการใช้งานจริง โมเดล TAM จึงได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในงานวิจัยด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมดิจิทัล เช่น การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code Payment) ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และความง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีดังกล่าวของผู้บริโภคโดยมีผลการวิจัยที่สำคัญดังนี้:

งานวิจัยของ วุฒิชัย ตรีพานทอง (2561) เรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการชำระเงินผ่าน Mobile Application โดยใช้รหัส QR Code ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่าย มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อ ความตั้งใจในการใช้งาน โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการที่ QR Code ช่วยให้การทำธุรกรรมรวดเร็วและปลอดภัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้ Fishbein และ Ajzen (2010)

Fishbein และ Ajzen (2010) ได้อธิบายแนวคิดเรื่อง ความตั้งใจใช้ (Behavioral Intention) ไว้ในกรอบของ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ซึ่งพัฒนาต่อจากทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) โดยเสนอว่า ความตั้งใจของบุคคลเป็นตัวทำนายที่สำคัญที่สุดของพฤติกรรมจริง (Actual Behavior) ความตั้งใจใช้เกิดจาก 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) คือ ระดับความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบของบุคคลต่อการกระทำนั้น ๆ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm) คือ การรับรู้แรงกดดันทางสังคมหรือความคิดเห็นของบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) คือ การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความง่ายหรือความยากในการกระทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ทั้งสามองค์ประกอบนี้มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม และความตั้งใจใช้จะส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมจริงในที่สุด ในบริบทของการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เช่น การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code Payment) ทฤษฎีของ Fishbein และ Ajzen สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้ใช้มีทัศนคติเชิงบวก ได้รับการสนับสนุนจากสังคม และเชื่อว่าตนสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างสะดวก ความตั้งใจที่จะใช้บริการก็จะเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งนำไปสู่การใช้งานจริงในที่สุด ความตั้งใจหรือความเต็มใจของผู้ใช้ที่จะนำเทคโนโลยีหรือบริการมาใช้งาน ซึ่งถือเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในการทำนายพฤติกรรมการใช้งานจริง (Actual Usage) ในอนาคต โดยมีทฤษฎีหลักที่

ใช้อธิบายแนวคิดนี้คือ ทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) และ ทฤษฎีพฤติกรรมที่มีแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) รวมถึง แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมาก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธีรวัตร อมรัตน์กิจ (2560) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ QR Code Payment ผ่าน Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคในการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้าน การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ตามแนวคิดของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ทศนคติ (Attitude) และ ความตั้งใจใช้บริการ (Behavioral Intention) ในขณะที่ปัจจัยด้าน ความมั่นคงปลอดภัย (Security) และ ความน่าเชื่อถือของระบบ (Reliability) ก็มีผลต่อการตัดสินใจใช้เช่นกัน

โอบนิธิ วชิราวุธ (2561) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ทศนคติ (Attitude toward Use) และส่งผลต่อ การยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance) ในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด นอกจากนี้ ยังพบว่าความมั่นใจในความปลอดภัยของระบบและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค

กันตา แสงศักดิ์ (2562) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ในการชำระค่าสินค้าผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ในการชำระค่าสินค้าผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยสถิติทดสอบค่าทีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001

บาทขึ้นไป ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ในการชำระค่าสินค้าผ่านสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน ในบางขั้นตอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 และพบว่าการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้ บริการ QR Code ในการชำระค่าสินค้าผ่านสมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01และ0.0

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือที่เรียกว่า แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบกับการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้ เพื่อสรุปอ้างอิงไปยังประชากร

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ หรือทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ได้แก่ กรุงเทพมหานคร, นนทบุรี, ปทุมธานี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร และนครปฐม) ที่มีประสบการณ์หรือเคยใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code Payment) ไม่ว่าจะเป็นผ่านแอปธนาคารหรือแอปพลิเคชันทางการเงินอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชาชนผู้ให้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมาก ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) สำหรับกรณีที่ ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน (e) ไว้ที่ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%

ผู้วิจัยใช้วิธี การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์เบื้องต้นสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ต้องเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ หรือทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม และต้องเคยมีประสบการณ์ในการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด อย่างน้อย 1 ครั้ง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำเอาข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อตอบปัญหาเรื่องที่ต้องการศึกษาค้าง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหาความรู้ จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: คำถามคัดกรอง ข้อมูลผู้ทำแบบสอบถามว่าเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ หรือทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเคยมีประสบการณ์ในการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เหตุผลใดทำให้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดเป็นครั้งแรก, ใช้แอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดของธนาคารใดมากที่สุด, ใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดบ่อยแค่ไหน (ความถี่ในการใช้บริการ) และใช้การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดไปกับเรื่องใดมากที่สุด ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 4: ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness), ด้านการรับรู้การใช้งานง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use), ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (Perceived Risk), ด้านทัศนคติ (Attitude), ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms), ด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) และด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัย (Perceived Security)

การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความน่าเชื่อถือก่อนนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาช่วยทำการตรวจสอบข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา การจัดเรียงลำดับข้อคำถาม รูปแบบภาษา ในแบบสอบถามและความเหมาะสมของข้อคำถาม โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

2. ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาของคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้วิธีการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งแต่ละข้อคำถามจะได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยให้คะแนนเป็น +1 (สอดคล้อง), 0 (ไม่แน่ใจ), และ -1 (ไม่สอดคล้อง) จากผลการตรวจสอบ พบว่า ข้อคำถามส่วนใหญ่มีค่า IOC อยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ (≥ 0.50)

3. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างทดลอง จำนวน 30 ตัวอย่าง ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง ทั้งด้านพื้นที่การอยู่อาศัย และพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนที่วัดความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด

ผลการวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างทดลอง จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า ค่า Cronbach's Alpha มีค่าเท่ากับ 0.866 ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐานขั้นต่ำที่ยอมรับได้คือ 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือ และเหมาะสมสำหรับการใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงจะนำข้อมูลที่ได้นั้นมาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงคุณภาพ (เชิงกลุ่ม) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ได้แก่ เหตุผลใดทำให้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดเป็นครั้งแรก, ใช้แอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดของธนาคารใดมากที่สุด, ใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดบ่อยแค่ไหน (ความถี่ในการใช้บริการ) และใช้การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดไปกับเรื่องใดมากที่สุด

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากร ซึ่งสามารถนำผลการวิเคราะห์นั้น ไปสรุปอ้างอิงถึงประชากรได้ สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ ดังต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันทำให้การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test และ F-test (One-Way ANOVA) ในการทดสอบ

2.2 พฤติกรรมการใช้การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดมีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบ

สรุปผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์โดยรวมแล้วประชาชนมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดมากที่สุด ภาพรวมอยู่ในระดับ "เห็นด้วยมากที่สุด" ค่าเฉลี่ย 4.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 430 คน ส่วนใหญ่ประชาชนมีความคิดเห็นในระดับ "เห็นด้วยมากที่สุด" ต่อ

การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด (ค่าเฉลี่ย = 4.21) ลำดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ (4.69) ด้านการรับรู้การใช้งานง่าย (4.60) ด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (4.47) ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัย (4.25) ด้านความไว้วางใจในระบบ (4.17) ด้านทัศนคติเชิงบวก (4.13) การรับรู้ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (3.96) และด้านบรรทัดฐานทางสังคม (3.74) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนที่ใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 430 ตัวอย่าง ผู้เคยใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.07 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นหลัก จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 72.56 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 52.09 และมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 26.05

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า เหตุผลในการดาวน์โหลดแอปฯ ครั้งแรก ส่วนใหญ่ ดาวน์โหลดมาใช้งานด้วยตนเองโดยไม่ได้มีใครชักชวน คิดเป็นร้อยละ 60.00 แอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดที่ใช้อยู่ที่สุดคือ K Plus ของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 40.23 ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ เกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 77.91 ประเภทรายการที่ชำระมากที่สุด คือ สินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 96.98 ซึ่งสะท้อนว่าประชาชนนำเทคโนโลยีนี้ไปใช้ในธุรกรรมที่มีมูลค่าต่ำและทำบ่อยครั้ง (Micro-transactions) ในร้านค้าปลีกหรือร้านอาหารทั่วไป

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันทำให้การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดแตกต่างกัน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ยืนยันสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ, และรายได้ต่อเดือน) แตกต่างกันทำให้การใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดแตกต่างกันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 พฤติกรรมการใช้การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดมีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการใช้การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดมีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลการวิจัยการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณานี้ เป็นการยืนยันภาพรวมของผู้ใช้และปัจจัยขับเคลื่อนหลักของการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
 - 1.1 ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้บริการ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภครู้ว่าการใช้คิวอาร์โค้ดช่วยให้การชำระเงินสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย จะเพิ่มความตั้งใจในการใช้งานจริง สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรวัตร อมรรัตนกิจ (2561) และชลิดา ไรจนธรา (2560) ที่ระบุว่า การรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่
 - 1.2 ด้านการรับรู้การใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ก็มีอิทธิพลเชิงบวกเช่นกัน โดยผู้ใช้ที่รู้สึกว่าการแอปพลิเคชันใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน จะมีแนวโน้มใช้บริการบ่อยขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของชลิดา ไรจนธรา (2560) ที่ชี้ว่าความง่ายในการใช้งานส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้แอปชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด
 - 1.3 การรับรู้ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (Perceived Risk) มีผลในทิศทางลบต่อการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริโภคที่กังวลเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลหรือความผิดพลาดของระบบจะลดความตั้งใจใช้บริการลง สอดคล้องกับงานของกริทัต สุนทรห้าว และธีรารัตน์ วรพิเชฐ (2564) ที่พบว่าความเสี่ยงเป็นอุปสรรคสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยี
 - 1.4 ทักษะคติ (Attitude) มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งาน โดยผู้ที่มองว่าการใช้คิวอาร์โค้ดเป็นสิ่งที่ทันสมัยและเหมาะสมกับตนเอง จะเกิดความตั้งใจใช้จริง สอดคล้องกับงานของณัฐพัชร์ อภิรุ้งเรืองสกุล และประสพชัย พสุนนท์ (2561) ที่ยืนยันว่าทักษะคติเป็นตัวกลางสำคัญระหว่างการเรียนรู้และพฤติกรรมการใช้จริง
 - 1.5 ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) พบว่ามีผลเชิงบวกต่อการใช้งาน โดยแรงจูงใจจากบุคคลรอบข้างหรือร้านค้าที่นิยมใช้คิวอาร์โค้ด มีส่วนผลักดันให้ผู้บริโภคยอมรับและใช้งานมากขึ้น สอดคล้องกับงานของอรรพรรณ นิยมมั่งมี (2562) ที่ชี้ว่าอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี
 - 1.6 ด้านการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ก็มีผลเชิงบวกเช่นกัน โดยผู้ที่รู้สึกว่าตนมีทรัพยากรและทักษะเพียงพอในการใช้งาน จะมีแนวโน้มใช้บริการมากขึ้น สอดคล้องกับงานของทวิวรรณ คงณิษฐ์वाल และณอมศักดิ์ สุวรรณน้อย (2562)

1.7 ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัย (Perceived Security) และ 1.8 ความไว้วางใจในระบบ (Trust in System) พบว่ามีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ โดยเมื่อผู้บริโภคเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัย เช่น การยืนยันตัวตนหรือการเข้ารหัสข้อมูล และไว้วางใจในผู้ให้บริการ จะเพิ่มความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้งานจริง สอดคล้องกับงานของชลิดา โรจนธรา (2560) ที่ระบุว่าความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการมีผลโดยตรงต่อการใช้บริการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเนื่องกับการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณผลการวิจัยข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้ใช้หลักคือเพศหญิง (75.12%), วัยทำงาน (31-50 ปี), ระดับปริญญาตรี (72.56%) ซึ่งเห็นว่าผู้ใช้หลัก คือกลุ่มคนที่มีความพร้อมทั้งด้านการศึกษา (เข้าใจเทคโนโลยีเร็ว), การเงิน (มีกำลังซื้อสูง) และอยู่ในวัยที่ต้องทำธุรกรรมบ่อยครั้งในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้อง งานวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด ในจังหวัดเชียงใหม่ (2563) และงานวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีคิวอาร์เพย์เมนต์ ของผู้ใช้บริการกรุงไทย เน็กซ์ โดย ธันนัท เจษฎานุรักษ์ (2562) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะเป็น เพศหญิง และมีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ตอบรับเทคโนโลยีใหม่ได้เร็ว ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีรายได้สูง (50,001 บาทขึ้นไป) รายได้สูงมีความสัมพันธ์กับการทำธุรกรรมที่มีมูลค่าสูงและบ่อยครั้ง ทำให้กลุ่มนี้เห็นประโยชน์และความจำเป็นในการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดในฐานะเครื่องมือจัดการการเงินที่รวดเร็วอย่างชัดเจน สอดคล้องงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการให้บริการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด พบว่า รายได้ เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการให้บริการ (2563)

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมาณผล พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันคิวอาร์โค้ดด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 60.00 สะท้อนถึงความตื่นตัวและความต้องการเข้าถึงบริการทางการเงินที่สะดวก ปลอดภัย และรวดเร็ว โดยไม่จำเป็นต้องได้รับการชักชวนจากผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่ระบุว่า “การรับรู้ประโยชน์” (Perceived Usefulness) และ “ความง่ายในการใช้งาน” (Perceived Ease of Use) เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของธีรวัตร อมรรัตนกิจ (2561) ที่ชี้ว่าการรับรู้ประโยชน์มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการคิวอาร์โค้ด ในด้านของแอปพลิเคชันที่ใช้มากที่สุด พบว่าธนาคารกรุงไทย (K PLUS) มีผู้ใช้งานสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 40.23 แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นและส่วนแบ่งตลาดที่โดดเด่นของธนาคารดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลิดา โรจนธรา (2560) ที่พบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและการรับรู้ประโยชน์เป็นตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปธนาคารพาณิชย์ สำหรับความถี่ในการใช้บริการ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ใช้

บริการเกือบทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 77.91 แสดงให้เห็นว่าการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติรัตน์ จันทรสุวรรณ (2561) ที่ยืนยันว่าการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ประชาชนส่วนใหญ่ใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดในหมวดสินค้าอุปโภคบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.98 สะท้อนให้เห็นว่าการชำระเงินรูปแบบนี้ได้แทรกซึมในกิจกรรมทางเศรษฐกิจประจำวันอย่างแพร่หลาย ทั้งในตลาด ร้านสะดวกซื้อ และบริการทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญกาญจน์ เชิดชูพงษ์ (2564) ที่พบว่าการใช้คิวอาร์โค้ดส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวสะท้อนถึงความพร้อมและการปรับตัวของสังคมไทยสู่สังคมไร้เงินสดอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

1. ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีทัศนคติเชิงบวกต่อ QR Code สูง ($\bar{X} = 4.21$) แต่ด้านบรรทัดฐานทางสังคมต่ำที่สุด ($\bar{X} = 3.74$) ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับจากคนรอบข้างกับทัศนคติเชิงบวก และกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลสูงสุด เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน พ่อค้าแม่ค้า ใช้ผลการศึกษาในการออกแบบแคมเปญการตลาดที่เน้น Social Contagion เพื่อสร้างพฤติกรรมการใช้จ่ายในสังคม
2. ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง, จบปริญญาตรี, ทำงานบริษัทเอกชน, มีรายได้สูง ($\geq 50,001$ บาท) ควรศึกษาและเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้ที่มีศักยภาพแต่ใช้น้อยกว่า เพื่อขยายฐานผู้ใช้ โดยเน้นกลุ่มรายได้น้อยกว่า 50,000 บาท: ศึกษาอุปสรรค เช่น อุปกรณ์ ความถี่ในการทำธุรกรรม การรับรู้ประโยชน์ กลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี พัฒนาคู่มือหรือฝึกอบรมที่เข้าใจง่าย ลดความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี และเพิ่มความเข้าใจการใช้งานง่าย
3. ด้านพฤติกรรมการใช้ ผู้ใช้ส่วนตัวและใช้ QR Code เองสูง ร้อยละ 60, ใช้เกือบทุกวัน ร้อยละ 77.91, เน้นซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ร้อยละ 96.98, ใช้ K Plus ร้อยละ 40.23 ศึกษาโลกที่ทำให้เกิดการใช้งานความถี่สูงขยายการใช้งานไปยังธุรกรรมมูลค่าสูง เช่น บิลใหญ่ สินค้าคงทน บริการทางการแพทย์ วัดความเสี่ยงที่ผู้ใช้ยอมรับและคุณสมบัติความปลอดภัยที่ต้องการ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความถี่ใช้งาน กับ การรับรู้ประโยชน์ทางการเงิน เช่น ส่วนลด คະแนนสะสม เงินคืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายขอบเขตพื้นที่การวิจัย ควรขยายการวิจัยไปยังพื้นที่ต่างจังหวัดหรือพื้นที่ชนบท เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการให้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดในบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างจากเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ศึกษาการเปลี่ยนพฤติกรรมจากความตั้งใจสู่การใช้งานจริง ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) หรือการวิจัยแบบติดตามผล (Longitudinal Study) เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการที่ผู้บริโภคเปลี่ยนจาก "ความตั้งใจ" (Intention) ไปสู่ "การใช้งานจริงที่ต่อเนื่อง" (Continuous Usage) ว่าปัจจัยใดเป็นตัวขัดขวางหรือส่งเสริมในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กริชบุญญ์เลิศรัตน์, ภูวนนท์กันต์, และ แก้วพรหมมาน, ไชยฤกษ์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันอีวอลเล็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสมาคมนักวิจัย, 27(3), 120–135.
- จรรยาเกียรติคุณ, ชาณคริต. (2566). พฤติกรรมและทัศนคติการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภควัยทำงานต่อการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน LINEPAY ในกรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์, 15(1), 45–59.
- แดงสมุทร, อิศญาณ, สมบูรณ์ทรัพย์, ศรีอร, และ พัฒนรังสรรค์, พัฒน์. (2565). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนเพื่อการเกษียณของครูโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 10(2), 88–103.
- ภูมิพงศ์ โคจสอน และ ภูมิภักดีวัฒน์ ศรีสุข. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดชลบุรี. วารสารสมาคมนักวิจัย, 28(1), 99–113.
- บุญญ์พรพงษ์, ธนาทิพย์ และคณะ. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 9(2), 150–163.
- ณัฐพัชร อภิรุ้งเรืองสกุล และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารปัญญาวิวัฒน์, 10(2), 26–40.

- ภูริทัต สุนทรห้าว และ อีรารัตน์ วรพิเชฐ. (2564). อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน QR Code ของพร้อมเพย์ที่ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 17(3), 165-182
- ฐิติรัตน์ จันทร์สุวรรณ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรวัตร อมรัตน์กิจ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ QR Code Payment ผ่าน Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลิดา โรจนธรา. (2560). พฤติกรรมการใช้ SCB Easy ชำระค่าสินค้าและบริการด้วย QR Code. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อรรพรรณ นิยมมั่งมี. (2562). งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในผู้ค้ารายย่อย. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร. (อ้างอิงจากข้อมูลบทคัดย่อ/สารสนเทศวิทยานิพนธ์)
- ธัญญาภรณ์ เชิดชูพงษ์. (2564). พฤติกรรมการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code). วารสารสังคมศาสตร์และปรัชญา, (อ้างอิงตามฐานข้อมูล TCI).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). รายงานความคืบหน้าการใช้ e-Payment และพฤติกรรมผู้บริโภค. (PIER, อ้างอิงตามบทความวิเคราะห์เจาะลึกพฤติกรรมการใช้ e-Payment)